

Notz, Kristina; Lenz, Andreas

Der Ideenwettbewerb "GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken

Dürnberger, Hannah [Hrsg.]; Hofhues, Sandra [Hrsg.]; Sporer, Thomas [Hrsg.]: Offene Bildungsinitiativen. Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien. Münster ; New York ; München ; Berlin : Waxmann 2011, S. 211-221. - (Medien in der Wissenschaft; 58)



Quellenangabe/ Reference:

Notz, Kristina; Lenz, Andreas: Der Ideenwettbewerb "GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken - In: Dürnberger, Hannah [Hrsg.]; Hofhues, Sandra [Hrsg.]; Sporer, Thomas [Hrsg.]: Offene Bildungsinitiativen. Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien. Münster ; New York ; München ; Berlin : Waxmann 2011, S. 211-221 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-118273 - DOI: 10.25656/01:11827

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-118273>

<https://doi.org/10.25656/01:11827>

in Kooperation mit / in cooperation with:



WAXMANN
www.waxmann.com

<http://www.waxmann.com>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Offene Bildungsinitiativen

Hannah Dürnberger
Sandra Hofhues
Thomas Sporer (Hrsg.)

Offene Bildungsinitiativen

Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien



Waxmann 2011
Münster / New York / München / Berlin

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Medien in der Wissenschaft; Band 58

Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V.

ISSN 1434-3436

ISBN 978-3-8309-2457-9

© Waxmann Verlag GmbH, Münster 2011

www.waxmann.com

info@waxmann.com

Umschlagentwurf: Pleßmann Kommunikationsdesign, Ascheberg

Titelbild: Christoph Kückner

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier, säurefrei gemäß ISO 9706



Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany

Inhalt

<i>Hannah Dürnberger, Sandra Hofhues & Thomas Sporer</i> Vorwort. Was sind offene Bildungsinitiativen? Eine Begriffsklärung	7
<i>Thomas Sporer</i> Offene Bildungsinitiativen von Studierenden. Lernen im Hochschulstudium als kreative Wissensarbeit.....	15
<i>Thomas Bernhardt, Steffen Büffel & Marcel Kirchner</i> Bildung am „Lagerfeuer“. EduCamps als partizipatives Konferenzformat im Web-2.0-Stil	25
<i>Claudia Bremer</i> Studentische E-Learning-Projekte in der Hochschule.....	41
<i>Karsten Wolf</i> Metareflexion zu Self und EduCamp. Öffnung oder Einfriedung?.....	57
<i>Melanie Gottschalk & Christian Spannagel</i> Die Maschendraht-Community. Grundvernetzung von Lehrerinnen und Lehrern im Web 2.0	67
<i>Patrick Bauer & Wiebke Henke</i> Förderung von offenen Bildungsinitiativen an der Hochschule. Der Innovationswettbewerb betacampus.....	79
<i>Hans Gruber</i> Metareflexion zu Maschendraht und betacampus. Veränderung epistemischer Überzeugungen durch offene Bildungsinitiativen.....	93
<i>Sandra Hofhues</i> Von studentischer Projektarbeit zum didaktischen Modell. Die Augsburger Initiative w.e.b.Square	99
<i>Anna Herbst & Julia Höhl</i> MyPaed. Kompetenzentwicklung und Lernchancen in studentischen Bildungsinitiativen.....	113
<i>Kerstin Mayrberger</i> Metareflexion zu w.e.b.Square und MyPaed. Offene Bildungsinitiativen im Kontext handlungsorientierter Medienpädagogik.....	127

<i>Denise Kempen & Hendrik den Ouden</i> Der Peer-Info-Pool. Online Studienberatung von Studierenden für Studierende.....	133
<i>Jakob Calice</i> textfeld.ac.at. Ein Erfahrungsbericht zwischen ökonomischen Zwängen und organisatorischen Realitäten.....	147
<i>Gernot Hausar</i> eLib.at. Auf Umwegen zum Guerilla-E-Learning.....	161
<i>Rainer Kuhlen</i> Metareflexion zu PIP, textfeld.ac.at und eLib.at. Innovativ, kollaborativ, nachhaltig und qualitätsgesichert sollte es sein	179
<i>Fabian Gebert & Frank Wolf</i> Die offene Bildungsinitiative Mediabird. Erfahrungsbericht und Ausblick	185
<i>Dieter Euler</i> Metareflexion zu Mediabird	197
<i>Tim Krischak & Axel Wolpert</i> Innovationen entdecken, Talente fördern. Ein E-Learning-Nachwuchs-Award mit Potenzial.....	201
<i>Kristina Notz & Andreas Lenz</i> Der Ideenwettbewerb „GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken“	211
<i>Carsten Wünsch & Jana Wünsch</i> Metareflexion zu D-ELINA und GENERATION-D. Zur Funktion öffentlicher Wettbewerbe	223
<i>Thomas Sporer, Hannah Dürnberger & Sandra Hofhues</i> Lernen durch aktive Mitgestaltung? Herausforderungen offener Bildungsinitiativen im Umfeld von Hochschulen	229
<i>Gabi Reinmann</i> Nachwort.....	233
Autorinnen und Autoren.....	235

Der Ideenwettbewerb „GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken.“

1 Einleitung

Bildung wurde als Thema lange vernachlässigt, bis es gesellschaftliche Zwänge und mannigfaltige Umwälzungen sowie strukturelle Wandlungen in das Zentrum des gesellschaftlichen Diskurses stellten. Als Stichwort sei der Wandel von der Agrar- zur Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft hin zur Wissensgesellschaft genannt (Clark, 2003). Heute gehört Bildung zu den zentralen Themen der Gegenwart und Zukunft und ist gleichsam und unauflöslich mit der Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft verknüpft (Kreibich 1986).

Spricht man über Bildungsinitiativen, werden diese meist mit politischen Initiativen verbunden, die nach dem Top-down-Ansatz geplant und durchgeführt werden. Reformen werden mitunter zwar von den Betroffenen an den Hochschulen angeregt – wie auch bei dem aktuell stattfindenden Bildungstreik (Schultz, 2009) an zahlreichen deutschen Hochschulen – die Umsetzung obliegt jedoch nach dem bisherigem Bild immer noch dem Staat und seinen zuständigen Gremien.

Dabei bietet gerade das Medium des Internets zahlreiche Beispiele für Bildungsinitiativen, die „von Unten“ entstehen. Hier vernetzen sich Initiativen unterschiedlichsten Ursprungs und profitieren gegenseitig vom vorhandenen Know-how – frei nach dem Motto: ‚Alle wissen mehr als einer‘ bzw. ‚Keiner weiß so viel wie alle‘. Die horizontale Vernetzung hat den Vorteil, eine wesentlich breitere Wirkung entfalten zu können. Sie macht jedoch auch gewisse Bündelungsprozesse notwendig und erfordert Plattformen, um das Wissen und dessen Verbreitung zu koordinieren.

Der Ideenwettbewerb „*GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam packen.*“ will eine Plattform bieten, um zum einen Ideen und Potenziale abzurufen, welche in Studierenden an den deutschen Hochschulen schlummern. Zum anderen soll die Umsetzung der Projektideen gefördert werden, um dadurch in Deutschland notwendige Veränderungsprozesse (Reiß, 1997) anzustoßen.

2 Grundlegendes zum Ideenwettbewerb GENERATION-D¹

Der Ideenwettbewerb „*GENERATION-D*. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken.“ ist ein Ideenwettbewerb für Studierende aller Fachrichtungen und wird seit 2008 jährlich an allen Hochschulen in Deutschland ausgeschrieben. *GENERATION-D* fördert kreative und nachhaltige Ideen für Projekte und Initiativen, die in Deutschland Verbesserungen hervorrufen. Es geht jedoch zugleich auch um die Kompetenzentwicklung der am Wettbewerb teilnehmenden Studierenden, die sowohl bei der Ideenentwicklung als der auch späteren Projektumsetzung wertvolle Erfahrungen für Beruf und Leben gewinnen können. Die gemeinnützige Initiative wird seit Beginn von vier Projektpartnern gestützt, jedoch maßgeblich von Studierenden getragen, die den Wettbewerb gestalten und durchführen.

Das Projekt konnte sich in kurzer Zeit erfolgreich etablieren und wurde trotz anfänglich fehlender Bekanntheit in der Hochschullandschaft von Anfang an von den Studierenden sehr gut angenommen. In den beiden ersten Jahren konnten in zwei Ausschreibungsrunden mit *GENERATION-D* in etwa 850 Studierende zur Teilnahme motiviert und 200 Projektideen generiert werden. Durch die Idee der teilnehmenden Studierenden soll eine gesellschaftlich relevante Fragestellung beispielhaft gelöst werden. Mindestens drei Studierende sollen dazu in Teamarbeit (Vopel, 1993) Projektkonzepte zu Themen in den drei ausgeschriebenen Wettbewerbskategorien entwickeln:

- „Arbeit, Wirtschaft & Umwelt“,
- „Bildung & Kultur“ und
- „Soziale Gesellschaft“.

In einem zweistufigen Juryverfahren wählt nach Einsendeschluss (31. Juli) eine große Gruppe von Vor-Juroren nach den Kriterien Nachhaltigkeit, Kreativität, Innovation und Realisierbarkeit zunächst die besten zwanzig Ideen aus. Aus diesen werden anschließend von der Jury, die aus je einem hochrangigen Vertreter der vier Projektpartner, aber mehrheitlich aus Studierenden des Organisationsteams von *GENERATION-D* besetzt ist, die besten zehn Teams als so genannte Finalisten ausgesucht. Je drei Teammitglieder werden zu einer Prämierungsveranstaltung nach Berlin eingeladen und bekommen zudem Preisgelder und weitere attraktive Geschenke (Schneider & Schmalt, 2000), wie z.B. Zeitungs- oder Getränkeabonnements. Die eigentliche Preisverleihung findet im Rahmen des „SZ-Führungstreffen Wirtschaft“ im Hotel Adlon statt. Dort werden die drei Siegerteams bekannt gegeben, die besondere Preisgelder in Höhe von mehreren tausend Euro erhalten. Die Idee, dass die Preisverleihung in Berlin stattfinden sollte, hatte ursprünglich der Projektpartner Süddeutsche Zeitung. Da *GENERATION-D* ein deutschlandweiter Ideenwettbewerb ist, erschien es folgerichtig, die Preisverlei-

1 Aktuelle Informationen zum Wettbewerb bietet die Webseite: www.gemeinsam-anpacken.de.

hung in der Bundeshauptstadt durchzuführen. Alle am Wettbewerb Teilnehmenden erhalten eine Urkunde, in der das Engagement der Studierenden durch die Unterschriften aller Projektpartner bescheinigt wird. Die Umsetzung der besten zehn Konzepte fördern die Initiatoren zudem durch ein Mentorenprogramm. *GENERATION-D* wird von der Hochschulrektorenkonferenz und einem Netzwerk von fast 100 Partner-Lehrstühlen unterstützt. Die Professoren konnten durch eine sehr gezielte und persönliche Ansprache dafür gewonnen werden, sich an ihrer Hochschule für *GENERATION-D* zu engagieren und über den Wettbewerb intensiv zu informieren.

2.1 Ziele und Entstehung

Der erste Gedanke eines Studentenwettbewerbs ging von der Allianz SE aus. Angeregt durch einen Pressebeitrag² des Akademischen Leiters der Bayerischen Elite-Akademie, dem Sozialpsychologen Prof. Dr. Dieter Frey, in dem er die Verantwortung der Führungskräfte und die Werte der Bayerischen Elite-Akademie darstellte, ergab sich eine enge Zusammenarbeit zwischen dem Wirtschaftsunternehmen Allianz SE und der Bildungseinrichtung Bayerische Elite-Akademie.³ Die Initiatoren Bayerische Elite-Akademie und Allianz SE konnten als Gründungspartner des Wettbewerbs zudem die Süddeutsche Zeitung als Medienpartner und die parteipolitisch unabhängige Stiftung Marktwirtschaft mit Sitz in Berlin gewinnen.

Ziel der Initiative ist, jungen Menschen die Chance zu bieten, sich für ihre Zukunft einzusetzen und diese mitzugestalten. Es geht um die Zukunft der jungen Generation, genauso wie um die Perspektive unserer gesamten Gesellschaftsordnung. *GENERATION-D* kann insofern als ein Beitrag dazu verstanden werden, dass Deutschland in einer von Krisen und Zukunftsängsten geprägten Zeit die Herausforderungen von Morgen meistert (Enquete-Kommission, 2002). Dabei ist es wichtig, dass ein Klima geschaffen wird, welches Ideen fördert (Frey, Streicher, Kerschreiter & Fischer, 2005). „Gemeinsam Anpacken“ ist programmatisch zu interpretieren: Mit einem solchen Wettbewerb als Plattform für Ideen für Deutschland sollen junge Menschen die Gesellschaft auf die Art mitgestalten können, wie sie weiterhin leben wollen und können. Dahinter steht die Überzeugung, dass Deutschland durch viele kleine Initiativen vorangebracht werden kann. Der Ansatz ist in diesem Fall die Entwicklung und Umsetzung von

2 Süddeutsche Zeitung „Das Versagen der Manager“ vom 06.10.2006

3 Die Bayerische Elite-Akademie ist eine Stiftung der Bayerischen Wirtschaft, die in den Semesterferien eine Zusatzausbildung für Studierende bietet. Sie bereitet herausragende Studierende bayerischer Hochschulen auf Führungsaufgaben vor. Insbesondere werden dort Qualifikationen gefördert wie interdisziplinäres und interkulturelles Denken, Mut zur Entscheidung und Übernahme von Verantwortung, Fähigkeit zum ergebnisorientierten und ethikorientierten Planen und Handeln sowie zur Integration und Motivation von Menschen. www.eliteakademie.de.

kreativen, nachhaltigen und realisierbaren Ideen durch Initiativen und Projekte gezielt zu fördern. Die Auswahlkriterien wurden in Zusammenarbeit und Diskussion aller Projektpartner und der wissenschaftlichen Unterstützung von Professor Frey (Maier, Streicher, Jonas & Frey, 2007) festgelegt.



Abb. 1: Screenshot der Homepage von GENERATION-D

2.2 Aufbau und Organisation

Maßgeblich verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung der Ursprungsidee, einen Wettbewerb ins Leben zu rufen, waren vier Studierende der Bayerischen EliteAkademie, die in ehrenamtlicher Arbeit das Gesamtkonzept des Wettbewerbs definierten und ihn in all seinen Details – von Budget über Inhalte der Ausschreibung bis hin zu den Preisen – planten. Die ersten konzeptionellen Treffen des studentischen Organisationsteams waren dabei von großem Enthusiasmus und von dem Gedanken beseelt, mit diesem neuen Projekt gesellschaftliche Potenziale freizusetzen.

Dem Organisationsteam kam in dieser Anfangsphase die interdisziplinäre Zusammensetzung zu Gute (Betriebswissenschaftler und Geisteswissenschaftler), aus der sich schnell eine intakte Teamstruktur bildete, bei der jeder nach und nach seine Rolle finden und ausfüllen konnte (Hoyos & Frey, 1999). Die Verantwortlichkeiten für das Projekt wurden dennoch über lange Zeit von allen Teammitgliedern gemeinsam getragen. So konnten die Vorstellungen des Projektteams bzgl. der Ausgestaltung eines interdisziplinären Ideenwettbewerbs gegenüber den Partnern, an-

fänglich der Allianz SE, vertreten durch den Bereich Corporate Affairs, durchgesetzt werden.

Bereits in der Planungsphase wurde von den Gründungsstudierenden erkannt, dass vor allem um die operative Umsetzung eines Wettbewerbs dieser Größenordnung stemmen zu können, die Stelle eines „Projektmanagers“ geschaffen werden sollte. Der Vorschlag zur Schaffung der Stelle eines Projektmanagers kam einhellig vom Team und wurde von den Projektpartnern sofort unterstützt. Ziel war es, dadurch die Kontinuität und Nachhaltigkeit der jungen Initiative zu gewährleisten. Die Stelle konnte rasch mit einer Person aus dem Netzwerk der Bayerischen EliteAkademie besetzt werden und wird seither aus Projektgeldern finanziert. Bemerkenswert ist dabei, dass der Projektmanager von den Studierenden des Organisationsteams ausgewählt wurde und nach einiger Zeit der freien Mitarbeit durch eine Festanstellung in die Bayerische EliteAkademie integriert wurde. Das Projektbüro ist ebenfalls in der Bayerischen EliteAkademie angesiedelt.

2.3 Rolle der Studierenden im GENERATION-D-Team bei der Initiierung und Durchführung des Wettbewerbs

Durch eine Spende der Allianz SE wurde der Start von Generation-D möglich, wobei die operative Umsetzung der Projektidee durch Studierende der EliteAkademie erfolgen sollte. Schnell bildete sich das „Generation-D-Team“, das nach einem ersten informellen Treffen mit der Allianz SE den Ideenwettbewerb Schritt für Schritt entwickelte und seither für die Umsetzung, Organisation und Weiterentwicklung des Wettbewerbs zuständig ist. Die Studierenden tragen dabei auch die Personalverantwortung für den Projektmanager. Das heißt, sie führen die Einstellungsgespräche, setzen die Zielvereinbarungen für den Projektmanager und führen die Personalgespräche. Natürlich wird dieser Prozess offen mit allen Projektpartnern kommuniziert.

Trotz einflussreicher Projektpartner wird also der Wettbewerb selbst in tragender Rolle von einem Team von Studierenden gestaltet und durchgeführt. Die Projektpartner halten sich hinsichtlich des operativen Ablaufs bewusst im Hintergrund, werden jedoch bei allen strategischen Fragen des Wettbewerbs mit einbezogen. Eine wesentliche Besonderheit des Wettbewerbs ist dieser Entscheidungsfreiraum und -spielraum des operativ tätigen Teams der Studierenden, die aus dieser Projektkonstellation heraus resultiert.

Der erworbene oder ausgebaute Kompetenzgewinn reicht hier von Einblicken in die Personalführung, der Motivation im Team, der Verhandlung mit Dienstleistern und Projektpartnern, dem Ausbau von Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten bis hin zu verstärkten konzeptionellen Denkfähigkeiten. Daneben wird das

Arbeiten im Team gefördert, da das Ziel möglichst viele Teilnehmer zu erreichen, nur gemeinsam erreicht werden kann. Die Teammitglieder lernen also durch die Übernahme von Verantwortung (Sliwka, Petry & Kalb, 2004). Ein ehemaliges Teammitglied beschreibt diesen Lernprozess wie folgt:

„Ich habe das Projekt „GENERATION-D“ zwei Jahre lang von den Kinderschuhen an betreut. Während dieser Zeit habe ich sehr viel gelernt. Zum einen die ganz grundlegenden Dinge: Wie organisiere und strukturiere ich ein solch großes Projekt? Welche Partner muss ich gewinnen? Wie sollte die Marketingstrategie aussehen? usw. Neben diesen inhaltlichen Punkten, die mit der Organisation des Wettbewerbs zusammenhängen, habe ich auch viel gelernt, was die Arbeit in einem Team betrifft. Es war ein prägendes Erlebnis in einem so motivierten und engagierten Team zu arbeiten. Zusammenfassend kann ich sagen, dass ich zwar durchaus viel Zeit und Herzblut in GENERATION-D hineinsteckt habe, dass ich aber ebenso viel, wenn nicht gar mehr zurückbekommen habe, gerade wenn ich an die glücklichen Siegerteams in Berlin denke. Ich habe die Überzeugung gewonnen, dass man, auch wenn es anfangs anders erscheinen mag, in kürzester Zeit viel auf die Beine stellen kann und man Barrieren erst als solche anerkennen sollte, wenn man versucht hat sie umzustößeln“ (Lisa Schmalzried).

Welche Lernmöglichkeiten in der Mitarbeit in *GENERATION-D* stecken, gilt es neuen potentiellen Teammitgliedern jedes Jahr erneut aufzuzeigen.

3 Über die Tätigkeiten im Projekt

3.1 Verteilung der Funktionen

Nach einer anfänglich sowohl auf Operatives als auch Strategisches ausgerichteten Rolle der Studierenden, hat sich diese im Lauf des Wettbewerbs zugunsten der Strategiearbeit verschoben – insbesondere nachdem die Stelle des Projektmanagers noch während des ersten Wettbewerbsjahres auf Vollzeit ausgebaut wurde. Ein großer Teil an Detailarbeit wurde damit verstärkt beim Projektmanager gebündelt. Alle Aufgabenbereiche im Zusammenhang mit dem Wettbewerb werden jedoch von den Teammitgliedern erfasst und gespiegelt.

Im Projektteam, welches sich durch die laufenden Jahrgänge der Bayerischen EliteAkademie ständig erneuert, entsteht durch diese Einbeziehung ein Verantwortungsgefühl gegenüber dem Wettbewerb, was die intrinsische Motivation (von Rosenstiel, 2000) fördert. Auch der für ein studentisches Projekt beachtlich hohe Grad an Entscheidungsspielraum durch die Studierenden trägt zu einer überdurchschnittlich hohen Motivation der Teammitglieder bei.

Da es sich um eine Initiative handelt, bei der sich Studierende in ihrer Freizeit ehrenamtlich einbringen, ist Zeit ein wesentlicher Bestimmungsfaktor in der Projektarbeit. Daher ist eine Hauptaufgabe des Projektmanagers, für interne und externe Kontinuität zu sorgen. Intern bezieht sich dies auf den Kontakt zu und mit den Projektpartnern, aber vor allem auch auf das Team selbst. Ferner gilt es Kontinuität auch gegenüber externen Gruppen, z.B. Dienstleistern, Presse, interessierten Teilnehmern oder potenziellen Unterstützern, herzustellen.

3.2 Rolle des Projektmanagers

Dem Projektmanager kommt im Projekt eine Schlüsselrolle zu. Ein hohes Maß an Flexibilität muss aufgrund der Zusammenarbeit mit Studierenden als Grundvoraussetzung vorhanden sein. Um eine möglichst hohe Kompetenzentwicklung des studentischen Organisationsteams zu erreichen, sind einige Aspekte von unterschiedlicher Natur relevant:

- Der Projektmanager sollte immer wieder die Motivation der Studierenden als Basis für deren Engagement fördern (Comelli & von Rosenstiel, 2003). In dem Zusammenhang sollte der Spaß bei der Arbeit zu jeder Zeit sichtbar und erlebbar sein. Ein Arbeitstreffen gleicht dementsprechend eher einem Treffen unter Freunden als einer Arbeitssitzung im klassischen Sinne.
- Gleichzeitig ist es hilfreich, die Chancen zu verdeutlichen, die die Mitarbeit bei einem Bildungsprojekt wie *GENERATION-D* bieten kann: Man kann hier als junger Mensch bereits viel Verantwortung und Aufgaben übernehmen. Es gibt immer wieder neue Arbeitsgebiete und Aufgabenfelder zu entdecken.
- Der größte Lerneffekt für ein Teammitglied ergibt sich durch die Einbindung in ganze Themenbereiche und komplette Vorgänge des Projekts.
- Bewusste oder unbewusste Ängste, der Verantwortung oder den Aufgaben nicht gerecht zu werden, sollten frühzeitig aufgefangen werden. Damit ist es jedoch auch wichtig, dass durch den Projektmanager bei der Verteilung einer Aufgabe ein entsprechendes Mindestmaß an Sicherheit gegeben wird, insofern, dass ein grundlegendes Vertrauen in die Arbeit signalisiert wird, selbst wenn sie von einer noch unerfahrenen Person übernommen wird.
- Gleichzeitig ist es wichtig, den Gestaltungsfreiraum der Studierenden im Organisationsteam möglichst groß zu lassen und niemanden zu sehr an die Hand zu nehmen, damit sich eigene Vorstellungen entwickeln können. Dazu ist es hilfreich, die Ziele zu definieren und zu kommunizieren, aber den Weg zur Erreichung offen zu lassen.
- Manchmal ist es notwendig, effizientes Arbeiten zurückzustellen, was beinhaltet, Fehler zuzulassen und ggfs. auch eine damit verbundene Mehrarbeit in Kauf zu nehmen.

- Der Projektmanager sollte schließlich Erfolge sichtbar machen und durch zeitnahes Feedback das Erreichte wertschätzen, auch wenn es nur kleine Dinge sind, die erledigt wurden.

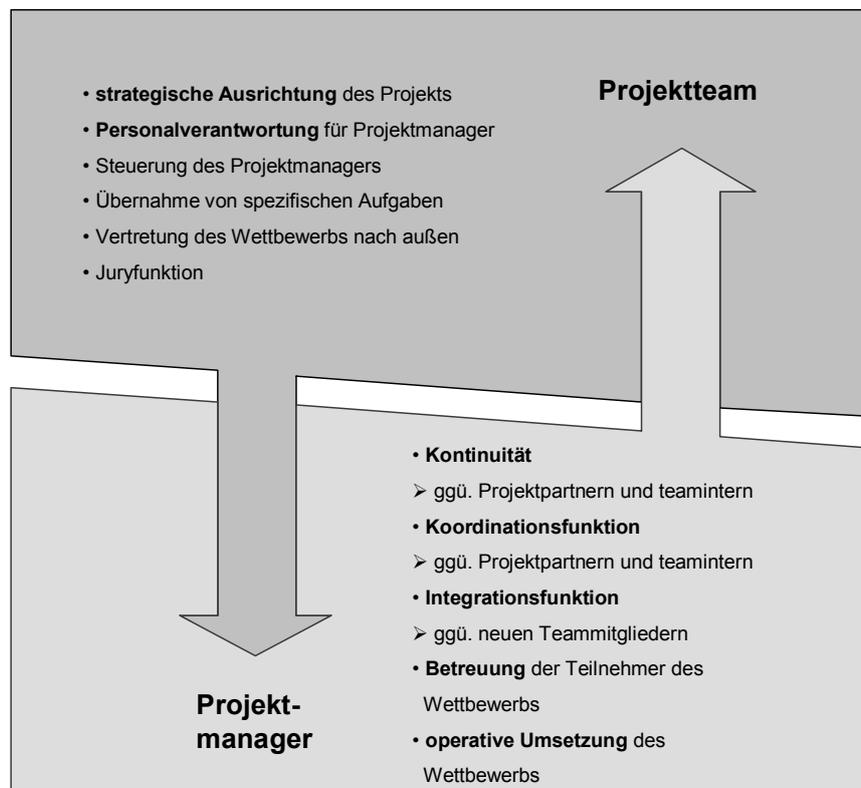


Abb. 2: Wechselbeziehungen Projektteam – Projektmanager

3.3 Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit Projektpartnern

Durch den Kreis von vier professionellen und starken Projektpartnern konnte *GENERATION-D* in den Bereichen Wirtschaft (Allianz SE), Medien (Süddeutsche Zeitung), Bildung (Bayerische EliteAkademie) und Politik (Stiftung Marktwirtschaft) von Netzwerken profitieren und zielgerichtet wertvolle Kontakte etablieren. Diese waren für den erfolgreichen Start des Wettbewerbs sowie die Weiterführung des Projekts notwendig. Es konnten über die Projektpartner weitere wichtige Unterstützer und Multiplikatoren von der Initiative überzeugt werden, beispielsweise die Hochschulrektorenkonferenz. Ein jährliches Rundschreiben zu *GENERATION-D* geht allen Rektoren und Präsidenten der deutschen Hochschulen mit der Bitte um Unterstützung des Ideenwettbewerbs zu.

Die Zusammenarbeit zwischen den vier *GENERATION-D*-Projektpartnern zeichnet sich sowohl untereinander als auch mit dem studentischen Organisationsteam durch ein hohes Maß an gegenseitigem Vertrauen aus. Hinzu kommen kurze Kommunikationswege und unkompliziertes, hierarchiefreies Verhalten. Die Dominanz des

studentischen Organisationsteams spiegelt sich auch im Verhältnis der Jury wieder: Obwohl keiner der Projektpartner ein wirtschaftliches Interesse am Wettbewerb *GENERATION-D* hat, ist doch eine Erwartung an den jeweils anderen Projektpartner vorhanden. Diese Erwartung ist mit einem implizierten Nutzen für das Projekt *GENERATION-D* verbunden. So entsteht ein großes „Commitment“, also eine große Verpflichtung gegenüber dem Wettbewerb, der in einem Rückkopplungseffekt die Partner eng aneinander bindet. Es ist zu erkennen, dass die Zusammensetzung der Projektpartner eine entscheidende Rolle hinsichtlich des Erfolgs der Initiative einnimmt.

4 Ergebnisse: Drei Beispiele für im Rahmen von GENERATION-D entstandene Projekte

Um dem Leser zu verdeutlichen, welche Projektideen bereits prämiert wurden und das Verständnis des Wettbewerbs zu erhöhen, seien drei Projekte beispielhaft erläutert.

Das Projekt „littlebird“ setzt sich für arbeitslose Jugendliche ein, die mit Verkaufstrolleys ein gesundes und vor allem selbstgemachtes Mittagessen für Mitarbeiter von Unternehmen ohne Kantine bereitstellen. Durch die Herstellung und den Verkauf des Essenangebots durch die Jugendlichen sollen ihr Selbstwertgefühl gesteigert und ihre Leistungsbereitschaft erhöht werden. Gleichzeitig erwerben die jungen Menschen grundlegende Qualifikationen, die ihnen den Weg in den ersten Arbeitsmarkt erleichtern sollen. Das Projekt wird in Mannheim umgesetzt und soll als Franchise künftig auch auf weitere Städte in Deutschland übertragen werden.

Das Projekt „Planspieler.de“ soll Lehrerinnen und Lehrern sowie Schülerinnen und Schülern eine kreative und lehrreiche Bearbeitung kritischer gesellschaftlicher Themen ermöglichen. Dazu entwickeln die Studierenden des Projektteams aus Konstanz eine Homepage zum Up- und Download von Planspielen für den interaktiven Schulunterricht. Mit Hilfe dieser Materialien können Schulklassen so genannte Planspiele durchführen, also eine Art Rollenspiel, um sich mit Themen wie Alkohol, Mobbing oder häuslicher Gewalt auseinanderzusetzen.

Mit „Rent-A-Student“ soll eine Internetplattform geschaffen werden, über die Schülerinnen und Schüler sowie Abiturientinnen und Abiturienten sich einen ersten Einblick in den Alltag ihrer Wunschhochschule verschaffen können. Das sich derzeit noch in der Konzeptionsphase befindende Projekt vermittelt Schülerinnen und Schüler an Studierende der angestrebten Fachrichtung, bei denen sie bis zu einer Woche wohnen und somit deren Studien- und Lebensalltag kennenlernen. Durch den persönlichen Kontakt in der Schnupperwoche soll den Studienanfängern die

Wahl des gewünschten Studiengangs erleichtert werden. Dadurch kann die Anzahl der Studienabbrecher oder Studienwechsler reduziert werden.

Aus dem Feedback einer Wettbewerbsteilnehmerin lässt sich nachvollziehen, dass *GENERATION-D* in seiner Zielsetzung funktioniert: „*GENERATION-D* ist in jeder Hinsicht eine positive Erfahrung. Neben den interessanten und motivierten Menschen, die ich kennengelernt habe, habe ich sinnvolle und wichtige Unterstützung zur Umsetzung meiner Geschäftsidee bekommen“ (Florian Gaudchau).

5 Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend stellt „*GENERATION-D*. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken“ eine Möglichkeit und einen Baustein dar, um (häufig) noch völlig ungenutzte Potenziale an Kreativität und Gestaltungswillen, gerade unter jungen Menschen, in der Gesellschaft freizusetzen.

Es wird klar, dass breite Teile der Studierenden durchaus bereit sind, Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Oft ist entscheidend, dass dieses Engagement durch Plattformen gefördert und unterstützt wird. Eine wichtige Komponente ist dabei die Art und Weise, wie miteinander umgegangen wird. Da bei *GENERATION-D* ein Projekt von Studierenden für Studierende angeboten wird, ist ein hoher Grad an Akzeptanz und Glaubwürdigkeit vorhanden.

Eine bundesweite Initiative wie *GENERATION-D* lebt von ihren Partnern und Unterstützern. Es zeigt sich, wie wichtig die Zusammensetzung der Projektpartner besonders bei *GENERATION-D* ist. Die projektinterne Organisation erfordert sehr viel Kompetenz und Feingefühl eines Projektmanagers. Die Kunst besteht darin, das ehrenamtliche Engagement der Projektteam-Mitglieder zu fördern und deren Verantwortungsbewusstsein zu stärken. Die Mitglieder des studentischen Projektteams können zahlreiche Kompetenzen und Fertigkeiten entwickeln. Durch dieses Zusammenspiel können mit verhältnismäßig geringen Mitteln positive Impulse für die Gesellschaft bewirkt werden.

Als Perspektive ist eine Internationalisierung des Wettbewerbs möglich, beginnend mit einer Ausweitung der Ausschreibung auf ausgewählte Universitäten im europäischen Ausland. Auch eine Übertragung des Gesamtkonzepts ist vorstellbar und wird von der Allianz SE gerade am Beispiel des Standorts Thailand erprobt. Das Organisationsteam selbst muss sich durch das Ausscheiden von Teammitgliedern, meist bei Eintritt ins Arbeitsleben, der Herausforderung der fließenden, aber gesicherten Projektweitergabe stellen. Um an diesem Punkt weitere Nachhaltigkeit zu erzeugen, wird in absehbarer Zukunft ein Gremium geschaffen, in dem aus dem aktiven Organisationsteam ausgeschiedene Teammitglieder den Aktiven weiterhin beratend zur Seite stehen. So können das Wissen und die Kompetenzen, die im Zu-

ge des Wettbewerbs erworben wurden, weitergegeben werden und den dauerhaften Erfolg von *GENERATION-D* garantieren.

Literatur

- Clark, G. (2003). *The Great Escape: The Industrial Revolution in Theory and in History*. Working Paper, University of California.
- Comelli, T. & von Rosenstiel, L. (2003). *Führung durch Motivation*. München: Vahlen Verlag.
- Enquete-Kommission „Zukunft des bürgerlichen Engagements“ (2002). Bürgerschaftliches Engagement: Auf dem Weg in eine zukunftsfähige Bürgergesellschaft. Verfügbar unter: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/14/089/1408900.pdf> [02.02.2010].
- Frey, D., Streicher, B., Kerschreiter, R. & Fischer, P. (2005). Psychologische Voraussetzungen für die Genese und Implementierung neuer Ideen: Grundlegende und spezifische personale und organisationale Faktoren. In M.A. Weissenberger-Eibl (Hrsg.), *Gestaltung von Innovationssystemen* (S.101–136). Kassel: Cactus Verlag.
- Hoyos C. Graf & Frey, D. (1999). *Arbeits-, und Organisationspsychologie: Ein Lehrbuch*. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Kreibich, R. (1986). *Die Wissenschaftsgesellschaft. Von Galilei zur High-Tech-Revolution*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Maier, G., Streicher, B., Jonas, E. & Frey, D. (2007). Innovation und Kreativität. In: D. Frey & L. v. Rosenstiel (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie, Band 6: Wirtschaftspsychologie* (S. 810–845). Göttingen: Hogrefe.
- Reiß, M. (1997). Change Management als Herausforderung. In M. Reiß, L. v. Rosenstiel & A. Lanz (Hrsg.), *Change Management. Programme, Projekte und Prozesse* (S. 5–29). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Schneider, K. & Schmalt, H.-D. (2000). *Motivation* (3., überarbeitete und erweiterte Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.
- Schultz, T. (2009). *Bildungsstreik Die Wurzeln des Protests*. Verfügbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/jobkarriere/706/494047/text/> [02.02.2010].
- Sliwka, A., Petry, C. & Kalb, P.-E. (2004). *Durch Verantwortung lernen – Service Learning: Etwas für andere tun*. Weinheim & Basel: Beltz.
- von Rosenstiel, L. (2000). *Motivation im Betrieb*. Leonberg: Rosenberger Fachverlag.
- Vopel, K. (1993). *Teamentwicklung Teil 4 und 5*. Salzhäusen: Iskopress.